

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Rukajat.2018, *Pendekatan Penelitian Kualitatif*. Deepublish
- [2] Altje L Tumberl. 2020, *Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Bisnis Pentol Saat Pandemi Covid-19*
- [3] Astuti M, Amanda, R.A.. 2020. *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Deepublish
- [4] B.R.T.Putri,*Manajemen Pemasaran*, Bali: Swasta Nulus,2017.
- [5] Chrismastianto, A.W.I. 2017. *ANALISIS SWOT IMPLEMENTASI TEKNOLOGI FINANSIAL TERHADAP KUALITAS LAYANAN PERBANKAN DI INDONESIA*. 20 (1): 64.
- [6] Fauzi, R.A. 2020. *PENGARUH SPONSORHIP TERHADAP PENINGKATAN BRAND AWARENESS (STUDI PADA ELEVENIA SEBAGAI SPONSOR PERSIB BANDUNG)*. 7 (2): 7488.
- [7] Freddy Rangkuti, "Freddy Rangkuty,Analisis SWOT : *Teknik Membedah Kasus Bisnis*,19.13,"pp.13-31,2011,[Online].
- [8] Freddy, Rangkuti. 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta : Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- [9] Freedy Rangkuti, *Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*
- [10] Kristiutami, P.Y. 2021. *STRATEGI PEMASARAN HOTEL GRAND ASRILIA DI MASA PANDEMI COVID-19*. *Media Wisata*. 19 (1).
- [11] Musfar, F.T. 2020. *Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Media Sains Indonesia.
- [12] Prof.Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Satu. Bandung. ALFABETA,2019
- [13] Rangkuti, F. 1998. *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama
- [14] Rangkuti, F. 2013. *SWOT BALANCED SCORECARD* . PT. Gramedia Pustaka Utama
- [15] Wibowo, H.D. 2015. *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo)*. *administrasibisnis.studentjournal.ub*. 29 (1).
- [16] Wijoyo, H. 2021. *Strategi Pemasaran UMKM di masa pandemi*.